

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT PRABUMULIH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KC PRABUMULIH SUDIRMAN 1

Fitria¹

STEI Al Furqon Prabumulih
Email: fitriafitri@gmail.com

M. Roby Kaharudin²

STEI Al Furqon Prabumulih

Diana Lestari³

STEI Al Furqon Prabumulih

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of financial literacy syariah and social media on the interest of Prabumulih residents in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Prabumulih Sudirman 1 Branch. The research method used was quantitative, with a sample of 100 respondents, who were customers of BSI Prabumulih Sudirman 1 Branch. Data analysis was performed using multiple linear regression. The F-test results show that the calculated F-value of 275.055 is greater than the F-table value of 3.090, with a significance value of $0.000 < 0.05$. This indicates that financial literacy syariah and social media simultaneously have a significant effect on the interest in saving. Therefore, it can be concluded that financial literacy and social media are important factors in increasing the interest of Prabumulih residents in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Prabumulih Sudirman 1 Branch.

Keywords: *Financial Literac Syariah, Social Media, Interest in Saving*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah dan media sosial terhadap minat masyarakat Prabumulih dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih Sudirman 1. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan nasabah BSI KC Prabumulih Sudirman 1. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 275,055 lebih besar dari F tabel 3,090 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel literasi keuangan syariah dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah dan media sosial menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat Prabumulih untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih Sudirman 1.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Media Sosial, Minat Menabung

PENDAHULUAN

Literasi keuangan adalah kemampuan, keinginan, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan tentang konsep dan risiko keuangan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan kolektif, dan berpartisipasi dalam perekonomian (Andi asari, 2021). Literasi keuangan memainkan peran penting dalam mempromosikan aksesibilitas produk dan layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan resmi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mensyaratkan kompetensi keuangan untuk meningkatkan pemahaman publik tentang produk keuangan sehingga dapat menggunakan layanan yang ada secara optimal (Otoritas Jasa keuangan, 2023).

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2023, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia berada pada angka 65,43%. Angka ini cukup menggembirakan, namun terdapat ketimpangan antara literasi keuangan konvensional yang mencapai 65,08% dan literasi keuangan syariah yang hanya sebesar 39,11%. Ini menunjukkan bahwa meskipun produk keuangan syariah berkembang pesat, pemahaman masyarakat terhadapnya masih rendah dan perlu ditingkatkan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Literasi keuangan tidak hanya membantu seseorang dalam mengelola keuangan, tetapi juga mendukung kesejahteraan individu dan partisipasi aktif dalam perekonomian. Otoritas jasa keuangan (OJK) bahkan menekankan pentingnya kompetensi keuangan guna meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Selain literasi keuangan, faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan keuangan seseorang, dalam memilih produk keuangan syariah seperti menabung di bank syariah adalah media sosial (Nurul Hidayah dan Rahmad Hidayat, 2022).

Media sosial merupakan media online yang memungkinkan pengguna untuk hanya bergabung, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Anang Sugeng Cahyono, 2025). Berdasarkan laporan Digital 2024, Indonesia oleh *We Are Social* dan *Meltwater*, terdapat sekitar 143 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, atau lebih dari 50% dari total populasi nasional. Rata - rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk mengakses media sosial mencapai lebih dari tiga jam per hari dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi edukatif tentang keuangan syariah (Data portal digital, 2024).

Menurut Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers, semakin

tinggi penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi yang efektif, maka semakin besar pula masyarakat mengadopsi inovasi yang disebarakan melalui media tersebut. Dalam hal ini, informasi mengenai produk tabungan yang disampaikan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube lebih mudah diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap minat masyarakat untuk menabung, termasuk di lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) (Everett M. Rogers, 2003).

Namun, Penyebaran informasi yang cepat dapat berdampak negatif jika tidak disertai pemahaman yang benar. Masyarakat sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan membandingkan produk keuangan, termasuk bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia. Namun, tanpa literasi yang memadai, keputusan menabung bisa dipengaruhi oleh tren atau konten viral, bukan pemahaman yang utuh. Oleh karena itu, penting meneliti pengaruh media sosial terhadap minat masyarakat dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (Annisa, 2024).

Minat menabung merupakan salah satu perilaku keuangan yang penting dan mencerminkan kesadaran seseorang dalam merencanakan masa depan secara finansial. Minat ini merupakan dorongan dari dalam diri untuk menyisihkan sebagian penghasilan guna disimpan atau dikelola, baik untuk kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang (anisa, 2024). Dalam konteks bank syariah, minat menabung juga erat kaitannya keyakinan terhadap kehalalan dan keamanan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, literasi keuangan dan media sosial diyakini memiliki pengaruh terhadap tumbuhnya minat masyarakat dalam menabung, khususnya di bank syariah (Zulfikar Rahmat dan Nurhayati, 2022) Salah satunya di kota Prabumulih.

Kota Prabumulih memiliki jumlah penduduk sekitar 199.047 jiwa pada tahun 2022, dengan mayoritas berada pada usia produktif (15–59 tahun) sebesar 64,99%. Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai buruh / karyawan (37,89%). Ini menunjukkan potensi ekonomi yang mendukung peningkatan partisipasi dalam perbankan syariah (Badan Pusat Statistik Kota Prabumulih, 2023)

Bank Syariah Indonesia (BSI) telah hadir di Kota Prabumulih melalui Kantor Cabang Prabumulih Sudirman yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman Nomor 7, Kelurahan Muara Dua, Kecamatan Prabumulih Timur. BSI menawarkan berbagai produk tabungan seperti BSI Tabungan *Easy Wadiah*, *Mudharabah*, Tabungan Haji, Tabungan Simpel, Tabungan Junior, dan lainnya (Bank Syariah Indonesia, 2025).

Berikut adalah tabel jumlah nasabah pada Bank Syariah Prabumulih (BSI) kota Prabumulih :

Tabel 1

Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sudirman 1

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2021	2.100
2.	2022	2.850
3.	2023	3.400
4.	2024	3.755
Total		12.105

Sumber : BSI Cabang KC Sudirman 1 diakses tanggal 6 April 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas, jumlah nasabah terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2021 hingga 2024. Meskipun tingkat literasi keuangan syariah secara nasional masih tergolong rendah, pertumbuhan jumlah nasabah menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Pada tahun 2021, tercatat jumlah nasabah sebanyak 2.100 orang. Jumlah ini meningkat menjadi 2.850 orang pada tahun 2022, lalu naik lagi menjadi 3.400 orang pada tahun 2023, dan mencapai 3.755 orang di tahun 2024. Jadi jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Prabumulih tahun 2024 tercatat sebanyak 12.105 orang, menunjukkan tingkat partisipasi masyarakat yang cukup tinggi terhadap layanan perbankan syariah di kota Prabumulih.

Untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang masih ada, Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh literasi keuangan maupun media sosial terhadap minat menabung pada lembaga keuangan syariah. Namun demikian, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan temuan yang belum konsisten, sehingga menimbulkan kesenjangan penelitian yang perlu diteliti lebih lanjut.

Penelitian oleh Herwina (2020) dengan judul “Pengaruh Media Promosi terhadap Minat Menabung di BRI Syariah Cabang Bone” menunjukkan bahwa media promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Herwina, 2020).

Hasil ini berbeda dengan penelitian oleh Rezkyana Triaryassa Utami (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Menabung Siswa pada Bank Syariah”, di mana ditemukan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa media

promosi dan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran memiliki efektivitas yang berbeda terhadap pembentukan minat menabung.

Selanjutnya, pada variabel literasi keuangan syariah, hasil yang ditemukan juga menunjukkan ketidakkonsistenan. Miftahudiin (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah” menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung. Akan tetapi, temuan berbeda diungkapkan oleh Dilta Efrianti (2023) melalui penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Muamalat Kota Palu”, di mana literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung.²⁴ Ketidaksesuaian ini memperkuat adanya kesenjangan yang perlu dijelaskan melalui pendekatan penelitian yang lebih komprehensif.

Perbedaan hasil temuan ini menunjukkan adanya research gap dalam kajian sebelumnya. Di samping itu, mayoritas penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada kalangan pelajar atau mahasiswa dan dilakukan di luar wilayah Kota Prabumulih, sehingga belum mencerminkan kondisi masyarakat secara luas. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “ **Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Terhadap Minat Masyarakat Prabumulih Dalam Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih Suirman 1 “**.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan menemukan urgensi penelitian, yang digambarkan secara jelas pada latar belakang penelitian, kemudian merumuskan masalah, menentukan operasionalisasi variabel, mengumpulkan data, menganalisis data penelitian dan membuat kesimpulan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan literasi keuangan syariah dan media sosial sementara variabel dependen minat masyarakat prabumulih dalam menabung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Prabumulih yang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). Berdasarkan data dari pihak bank,

jumlah nasabah penabung di BSI Prabumulih adalah sebanyak 3.755 orang. Populasi ini dipilih karena sesuai dengan fokus penelitian mengenai minat menabung di bank syariah.

Besaran sampel dihitung menggunakan rumus slovin dengan tingkat ketelitiann (e) sebesar 10 %, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Margin of eror

$$n = \frac{3.755}{1 + \frac{3.755 (0,1)^2}{3.755}}$$

$$= \frac{3.755}{1 + 37,55}$$

$$= \frac{3.755}{38,55}$$

$$= 97,4 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dalam hal ini penelitian mengambil sampel 97,4 dibulatkan menjadi 100 orang masyarakat Kota Prabumulih dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai perwakilan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap minat masyarakat Prabumulih dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI).

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkatan-tingkatan yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Jika rhitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid. Jika r hitung lebih kecil dari rtabel maka dinyatakan tidak valid. diketahui bahwa semua butir pernyataan dari variabel Literasi Keuangan (X1), Media Sosial (X2) dan Minat Menabung (Y) dalam penelitian ini dinyatakan valid karena R tabel untuk literasi keuangan sebesar 0,196

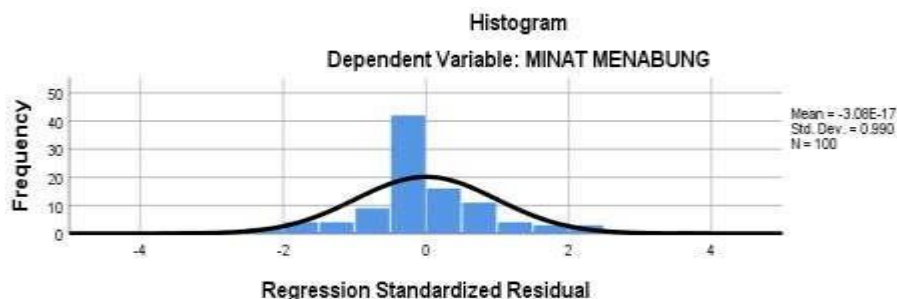
dengan signifikasinya $< 0,05$ dan untuk R Tabel pada media sosial sebesar 0,207 dengan signifikasinya $< 0,05$.

Uji Reabilitas adalah teknik pengujian yang berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif) suatu data di nyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila di pecah menjadi dua menunjukan data yang tidak berbeda. Dasar pengambilan keputusan :¹³⁸ Jika nilai cronbach"s alpha $> 0,60$ maka Instrumen Reliable, Jika nilai cronbach"s alpha $< 0,60$ maka Instrumen Tidak Reliable. diketahui nilai Cronbach"s Alpha Literasi Keuangan (X1)) sebesar $0,906 > 0,60$, Media Sosial (X2) $0,766 > 0,60$, dan Minat Menabung (Y) $0,975 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dari variabel tersebut yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki analisis grafik dan uji statistik, dengan ketentuan", sebagai berikut: Kriteria pengambilan kesimpulan Jika nilai signifikan(sig/p-value) $> 0,05$ data distribusinya normal dan Jika nilai signifikan $< 0,05$ data berdistribusi normal.

Gambar 1

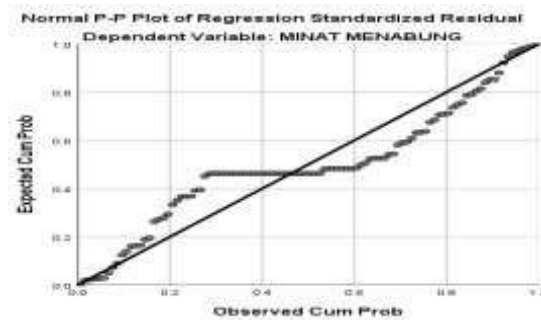
Grafik Histogram



Dari gambar grafik histogram diatas,terlihat bahwa pola distribusi mendekati

normal, karena data mengikuti arah garis grafik histogramnya yang memiliki karakteristik berbentuk seperti lonceng.

Gambar 2 Grafik probability



Sumber Output SPSS 26 Tahun 2025

Dari gambar grafik probability sejajar dengan garis diagonal normal P.P Plot diatas menunjukkan bahwa data sejajar dengan garis diagonal dan ada juga yg keluar dari garis diagonal serta menunjukkan pada distribusi normal sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas pada penelitian ini telah terpenuhi

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah uji untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Masalah Multikolonieritas juga bisa dideteksi dengan melihat nilai *tolerance*. Nilai *Tolerance* (TOL) bisa dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Kriteria pengambilan kesimpulan :¹⁴⁰ Jika nilai toleransi $> 0,01$ dan $VIF < 10$, maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas. Jika nilai toleransi $< 0,01$ dan $VIF > 10$, maka dinyatakan terjadi gejala.

Tabel 2

Uji Multikolonieritas Coefficients^a

--

Model		Unstandardi zed Coefficients		Standardi zed Coefficie nts	t	Si g.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleran ce	VI F
1	(Constant)	- .68 9	3.21 4		-.214	.83 1		
	LITERASI KEUANG AN	.20 0	.083	.103	2.40 0	.01 8	.846	1. 18 2
	MEDIA SOSIAL	.69 5	.034	.877	20.5 17	.00 0	.846	1. 18 2
a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG								

Sumber : Output SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa uji multikolinieritas tidak terjadi korelasi antar variabel bebas, karena dapat dilihat dari nilai *tolerance* pada masing – masing variabel bebas atau independen lebih dari 0, 01. Besar nilai tolerance tersebut dapat memenuhi syarat bahwa tidak terjadi kolerasi antar variabel independen, dengan nilai tolerance dari masing- masing variabel literasi keuangan 0,200 variabel media sosial 0,695. sedangkan perhitungan pada nilai VIF pada tabel literasi keuangan 1. 182, dan variabel media sosial 1.82. Oleh karena itu, nilai tersebut telah memenuhi syarat lainnya dari uji multikolinieritas yang menyatakan bahwa nilai VIF harus kurang dari 0,01, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas

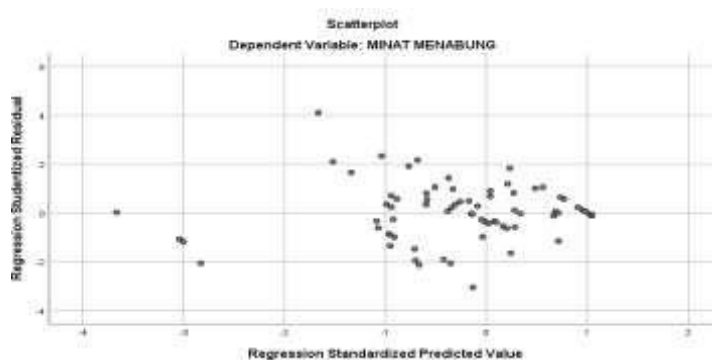
Uji Heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedanstisitas adalah varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian Heterokedanstisitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Spearmen, dengan langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah Heterokedanstisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearmen adalah dengan formula sebagai berikut:

Kriteria pengambilan kesimpulan : Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka dinyatakan telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 3

Uji Heterokedastisitas



Sumber Output SPSS 26 Tahun 2025

Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas, dapat dilihat bahwa titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul di satu tempat. Hal Ini menyatakan bahwa tidak terjadi heterokedasitas pada data dan sudah memenuhi uji asumsi klasik . sehingga, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk memprediksi peningkatan jumlah nasabah dengan menggunakan variabel independenya yaitu literasi keuangan dan media sosial.

Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian adalah Faktor literasi keuangan dan media sosial sebagai variabel independen dan minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan dan pengaruh media sosial dapat memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih Sudirman 1, sedang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI), menggunakan media sosial secara aktif, bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner dengan jujur. Penelitian ini juga di lengkapi dengan wawancara berdasarkan data Bank Syariah Indonesia (BSI) di tahun 2024.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket adalah suatu alat pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan pada responden

untuk menjabarkan jawaban. Angket juga diartikan sebagai suatu daftar atau kumpulan pertanyaan tertulis yang harus dijawab secara tertulis juga. Selanjutnya Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh priset untuk menjawab masalah riset secara khusus. Adapun data primer yang dikumpulkan penelitian dari subjek (Masyarakat kota Prabumulih) berupa hasil kuisioner dan wawancara terhadap nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan yang lain, hal ini mengandung arti bahwa Periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk risetnya (Sugiyono, 2022). Adapun pengumpulan data sekunder yang dilakukan penelitian dalam penelitian ini melalui cara mengumpulkan bahan bacaan dari buku artikel jurnal dan hasil penelitian terdahulu.

Teknik Alisis Data

Data yang sudah dikumpulkan akan di analisis dengan menggunakan metode analisis statistik dengan menggunakan program SPSS. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (Variabel X) terhadap kejadian lainnya (Variabel Y) (Sugiyono, 2022). Untuk dapat dianalisis besarnya pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap minat menabung.

Uji koefisien Determinasi

Menurut Koefisien Dertiminasi (R^2) bertujuan untuk mengukur kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable defenden. Hubungan antara variable independen dan dependen diukur dengan koefisien korelasi. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R^2) pada tabel Model Summary. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan atau dugaan sementara yang diajukan oleh peneliti sebagai jawaban awal terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah tersebut sebelumnya telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, yang menjadi dasar arah penelitian dan proses pengumpulan data. Hipotesis disusun berdasarkan kajian teori, hasil observasi awal, dan kerangka berpikir yang logis, sehingga dapat diuji secara empiris. Artinya, hipotesis tidak hanya sekadar dugaan, tetapi memiliki dasar teori dan bisa diuji melalui metode ilmiah, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Dalam konteks ini, hipotesis membantu peneliti fokus dalam menganalisis data dan menarik kesimpulan apakah dugaan awal tersebut terbukti atau tidak. Jika data mendukung hipotesis, maka hipotesis diterima; jika tidak, maka hipotesis ditolak (Ghozali, 2016).

H1 : Terdapat pengaruh literasi keuangan syariah dan media sosial terhadap minat masyarakat prabumulih dalam menabung di bank syariah Indonesia (BSI) kc prabumulih sudirman 1

H0 : Tidak terdapat pengaruh besarnya pengaruh literasi keuangan syariah dan media sosial terhadap

minat masyarakat prabumulih dalam menabung di bank syariah Indonesia (BSI) ke prabumulih sudirman 1.

PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi di atas, diketahui bahwa nilai konstanta (a) sebesar 0,689, koefisien regresi literasi keuangan (B_1) sebesar 0,200, dan koefisien regresi media sosial (B_2) sebesar 0,695. Nilai konstanta dan koefisien regresi tersebut (a, B_1 , dan B_2) dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier berganda, sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) sebesar 0,689 menunjukkan bahwa apabila literasi keuangan (X_1) dan media sosial (X_2) bernilai nol, maka minat menabung (Y) berada pada tingkat sebesar 0,689. Nilai konstanta yang positif ini mengindikasikan bahwa tanpa pengaruh literasi keuangan dan media sosial, minat menabung tetap ada pada tingkat dasar.

Variabel Literasi Keuangan (X_1)

Nilai Koefisien regresi literasi keuangan ((X_1) sebesar 0,200 bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan literasi keuangan sebesar 1 satuan , maka nilai minat menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,200 atau 20 % . Dengan nilai signifikansi $0,035 < 0,05$, maka variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Nilai koefisien regrsesi media sosial (X_2) sebesar 0.695 bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan persepsi media sosial sebesar 1 satuan, maka nilai minat menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,695 atau 69,5 % Dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka variabel media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

Uji koefisien Determinasi

Menurut Koefisien Dertiminasi (R^2) bertujuan untuk mengukur kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable defenden . Hubungan antara variable indefenden dan defenden diukur dengan koefisien korelasi. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R^2) pada tabel Model Summary. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1.

Tabel 8

Uji koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 ^a	.850	.847	4.36964

a. Predictors (constant), LITERASI KEUANGAN, MEDIA SOSIAL
b. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber : Output SPSS 26 Tahun 2025

Uji Hipotesis

Tabel 9

Uji t Parsial (Uji Signifikansi Individual/Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.689	3.214		-.214	.831		
	LITERASI KEUANGAN	.200	.083	.103	2.400	.018	.846	1.182
	MEDIA SOSIAL	.695	.034	.877	20.517	.000	.846	1.182
a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG								

Berdasarkan tabel diatas, perhitungan uji t dapat dilihat dari hasil pengujian parsial

variabel literasi keuangan , variabel media sosial dan variabel minat menabung sebagai

berikut :

Uji hipotesis literasi keuangan (X1) terhadap minat menabung (Y).

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien literasi keuangan (X1), nilai t hitung 2.400 lebih besar dari t tabel 1.982 ($2.400 > 1.982$) dan nilai signifikansi adalah 0.018, dinyatakan lebih besar dari taraf $\alpha = 0.05$ ($0.018 > 0.05$). Maka H_a diterima dan H_o ditolak dari hasil tersebut dapatkan disimpulkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia (BSI).

Uji Hipotesis tingkat harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Berdasarkan tabel

dias dapat dilihat nilai koefisien media sosial (X_2), nilai t hitung sebesar 20.517

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

lebih besar dari t Tabel 3.090 ($20.517 > 3.090$) dan nilai signifikansi adalah 0.000. dinyatakan lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel media sosial (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia (BSI).

Uji F Simultan

Tabel 10
Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10503.665	2	5251.832	275.055	.000 ^b
	Residual	1852.095	97	19.094		
	Total	12355.760	99			
a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG						
b. Predictors: (Constant), LITERASI KEUANGAN , MEDIA SOSIAL						

Sumber : *Output SPSS 26 Tahun 2025*

Berdasarkan data diatas, maka diketahui nilai F hitung sebesar 275.055 lebih besar dari pada F tabel 3.090 ($275.055 > 3.090$) dan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari α 0.05. Dapat disimpulkan variabel literasi keuangan dan media sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia (BSI).

Dalam rangka memberikan informasi pengaruh peran literasi keuangan (X_1) dan media sosial (X_2) terhadap minat menabung (Y). Maka peneliti telah melakukan penelitian tersebut melalui 100 responden. Penelitian tersebut dilaksanakan peneliti untuk menjawab permasalahan judul “ Pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap minat masyarakat Prabumulih dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) di KC Prabumulih Sudirman.

1”. Berdasarkan data yang telah diolah oleh peneliti menggunakan bantuan SPSS IBM versi 26, maka hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,400 lebih besar dari t tabel 1,984 ($2,400 > 1,984$) dengan nilai signifikansi 0,018, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,018 < 0,05$). Dengan demikian, H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Prabumulih dalam menabung di

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih Sudirman 1.

Hasil uji F (simultan) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan bersama variabel media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung, dengan nilai F hitung sebesar 275,055 lebih besar dari F tabel 3,090 ($275,055 > 3,090$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini memperkuat bahwa literasi keuangan merupakan faktor penting yang memengaruhi minat menabung, baik secara sendiri maupun bersama faktor lain.

Temuan ini sesuai dengan teori Rina Apriliana (2017) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan membantu individu memahami cara mengelola keuangan secara bijak, termasuk dalam pengambilan keputusan untuk menabung. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula kesadaran dan minatnya untuk menabung. Penelitian terdahulu seperti Nuraini Lestari (2020) dan Fitria (2023) juga mendukung hasil ini dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah.

Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh nilai t hitung sebesar 20,517 lebih besar dari t tabel 3,090 ($20,517 > 3,090$) dengan nilai signifikansi 0,000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Prabumulih dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih Sudirman 1. Hasil uji F (simultan) juga menunjukkan bahwa media sosial bersama literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, dengan nilai F hitung sebesar $275,055 > 3,090$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa peran media sosial tidak hanya penting secara individu, tetapi juga memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap peningkatan minat menabung di BSI.

Hasil ini sesuai dengan teori Lean Abdillah (2014) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana komunikasi modern yang efektif untuk menyampaikan informasi, memengaruhi opini, dan membentuk perilaku masyarakat. Dalam konteks perbankan syariah, media sosial membantu bank memperluas jangkauan informasi produk tabungan dan menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung. Penelitian terdahulu seperti Fatwatul Aulia (2024) dan Lina Andalusia (2025) juga menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah dan menabung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan dan

Media Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih Sudirman 1”, dapat disimpulkan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel literasi keuangan (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,400 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984 ($2,400 > 1,984$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,018 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,018 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kota Prabumulih dalam menabung di BSI. Secara teoretis, temuan ini memperkuat teori perilaku keuangan yang menyatakan bahwa pemahaman individu terhadap konsep keuangan syariah, seperti prinsip bagi hasil, larangan riba, dan pengelolaan keuangan yang sesuai syariah, berperan penting dalam membentuk sikap dan minat menabung. Secara praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan perlunya BSI untuk mengembangkan dan memperluas program literasi keuangan syariah, seperti edukasi keuangan berbasis komunitas, pelatihan pengelolaan keuangan syariah, serta sosialisasi produk tabungan syariah yang mudah dipahami oleh masyarakat. Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel media sosial (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 20,517 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 3,090 ($20,517 > 3,090$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Prabumulih dalam menabung di BSI. Secara teoretis, hasil ini mendukung teori komunikasi pemasaran digital yang menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai sarana efektif dalam membentuk persepsi, meningkatkan kepercayaan, dan memengaruhi keputusan keuangan masyarakat.

Secara praktis, BSI perlu mengoptimalkan strategi digital melalui media sosial dengan menyajikan konten edukatif, informatif, dan persuasif terkait produk perbankan syariah, testimoni nasabah, serta kampanye keuangan syariah yang interaktif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil uji F (simultan), diperoleh nilai F hitung sebesar 275,055 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,090 ($275,055 > 3,090$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan (X_1) dan media sosial (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Prabumulih di BSI KC Prabumulih Sudirman 1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan di bank syariah.

syariah masyarakat serta semakin efektif strategi pemanfaatan media sosial oleh Bank Syariah Indonesia, maka semakin tinggi pula minat masyarakat Kota Prabumulih untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara

program literasi keuangan syariah dan strategi pemasaran digital sebagai upaya meningkatkan inklusi dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Adiwarman, A. K. (2015). *Ekonomi mikro Islami (Edisi ke-5)*. Jakarta: Rajawali Pers. Ahmad, F. (2018). *Administrasi perkantoran modern*. Yogyakarta: Andi.

Antonio, M. S. (2011). *Bank syariah*. Jakarta: Gema Insani.

Ascarya. (2020). *Akademisi, industri, dan regulator dalam perbankan syariah Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia Institute.

Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi (Edisi ke-2)*. Yogyakarta: Pustaka

Metode penelitian menjelaskan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable penelitian, dan teknik analisis (Times New Roman, 12, normal dan 1,5 spasi).

Belajar.

Djaali. (2007). *Psikologi pendidikan*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 23*.

Semarang: Universitas Diponegoro.

Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara. Kasmir.

(2019). *Manajemen perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran (Edisi ke-13)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen marketing (Edisi ke-15)*. Jakarta: Erlangga.

Muhammad. (2007). *Manajemen dana bank syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. Nasrullah,

R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*.

Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Purwanto. (2004). *Psikologi pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Remund, D. L. (2010). *Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy*. Journal of Consumer Affairs, 44(2).

Rina, A. (2021). *Literasi keuangan berbasis teknologi digital: Teori dan implementasi*.

Bandung: CV Jejak.

Rusdianto, & Ibrahim. (2016). *Perilaku konsumen dan keputusan pembelian*. Jakarta: PT Gramedia.

Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken: John Wiley & Sons.

Siyuto, M. S. (2015). *Metodologi penelitian*. Karanganyar: Klodang.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syafrida, H. S. (2021). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: CV Deepublish. Weill.

(2010). *Perbankan syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.

Jurnal

Anang, S. C. (2022). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. Jurnal Unitas, 140.

Annisa. (2022). *Pengaruh media sosial terhadap minat menabung siswa*. Jurnal Unitas, 127.

Anriya, S., Bethi, R. A., Lianar, S., Maria, R., & Alifa, S. (2024). *Perbankan dan keuangan syariah di Indonesia: Peluang dan tantangan di era digital*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12(2), 241.

Dwi, P. (2020). *Peranan satuan pengamanan dalam menunjang operasional bank syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah, 7(1), 67.

Lucyana, W., Imamah, H. H., Rani, A., Henny, S., & Wahyu, H. (2023). *Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung di bank syariah (BSI)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(3), 65.

Nurul, H., & Rahmad, H. (2022). *Pengaruh media sosial, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 8(1), 12.

Rika, A. (2020). *Pengaruh promosi media sosial terhadap minat menabung pada Bank Syariah Mandiri di Kota Padang*. Jurnal Ekonomi Syariah, 8(2), 128.

Salsabila, N., Nawawi, & Anggraini. (2024). *Strategi agen BSI Smart dalam memberikan layanan kepada masyarakat pedesaan (Studi di Kec. Babussalam, Aceh Tenggara)*. JPEK, 8(3).

Sri, W. (2021). *Peran customer service dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah*. Jurnal Ilmu Perbankan Syariah, 5(2), 45.

Zulfikar, R., & Nurhayati. (2022). *Pengaruh literasi keuangan dan religiusitas terhadap minat*

menabung di bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(2), 234–236.

Badan Pusat Statistik Kota Prabumulih. (2023). Kota Prabumulih dalam angka 2023.

Diakses 5 Mei 2025, dari <https://prabumulihkota.bps.go.id>

Bank Syariah Indonesia. (2022). *Annual report 2021: Sinergi untuk negeri*. Jakarta: BSI. Bank

Syariah Indonesia. (2025, Mei 9). *Global Islamic Finance Summit (GIFS) 2025:*

Kontribusi BSI perkuat ekosistem halal. Diakses dari

<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/global-islamic-finance-summit-gifs-2025-kontribusi-bsi-perkuat-ekosistem-halal>